BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasakan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penetapan harga di PT. Tenda Trijaya Indonesia termasuk dalam kategori baik. Ini terlihat dari persentasi skor total untuk untuk penetapan harga adalah sebesar 78,04% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, penetapan harga berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa penetapan harga di PT. Tenda Trijaya Indonesia sudah baik.
2. Kualitas produk di PT. Tenda Trijaya Indonesia termasuk dalam kategori baik. Ini terlihat dari persentasi skor total untuk kualitas produk adalah sebesar 73,95% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, kualitas produk berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk di PT. Tenda Trijaya Indonesia sudah baik.
3. Keputusan Pembelian di PT. Tenda Trijaya Indonesia termasuk dalam kategori baik. Ini terlihat dari persentasi skor total untuk Keputusan Pembelian adalah sebesar 76,80% yang terletak antara rentang 68,00% dan 84,00%. Dengan demikian, Keputusan Pembelian berada pada tingkat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa Keputusan Pembelian di PT. Tenda Trijaya Indonesia sudah baik.

4. Persamaan regresi yang terbentuk adalah: $\hat{Y} = 3{,}457 + 0{,}282\ X_1 + 0{,}277\ X_2$. Berdasarkan analisis koefisien determinasi (KD), penetapan harga dan kualitas produk secara simultan memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 41,7% sedangkan sisanya sebesar 58,3% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan, pengaruh sebesar 41,7% dinyatakan signifikan Fhitung (18,630) > Ftabel (3,963). Berdasarkan uji hipotesis secara parsial, penetapan harga memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (t hitung (2,894) > t tabel (2,007)) dengan pengaruh sebesar 17,9%, demikian pula kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Produk Tenda PT. Tenda Trijaya Indonesia (t hitung (3,547) > t tabel (2,007)) dengan pengaruh sebesar 23,8 %.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran untuk PT.Tenda Trijaya Indonesia, yaitu:

1. Sebaiknya perusahaan berusaha untuk memperbaiki penetapan harga yang telah dilakukan diperusahaan. seperti menetapkan harga produk tenda dibawah harga para pesaing dengan penuh perhitungan agar tidak menjadi kerugian bagi perusahaan. Jika hal ini dilakukan maka akan semakin kuat dan

besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk tenda

2. Sebaiknya perusahaan berusaha untuk memperbaiki kualitas produk yang telah dilakukan diperusahaan seperti menawarkan kualitas produk yang lebih baik dengan para pesaing. Karena mamfaat dari kualitas produk akan terbentuk dibenak konsumen Jika perusahaan memberikan kualitas produk yang baik dan akan semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk tenda. karena Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi
3. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya mencari variabel lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian selain penetapan harga dan kualitas produk.
4. Mengingat hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil penelitian untuk penetapan harga , kualitas produk dan Keputusan Pembelian sudah berada dalam kategori baik, maka sebaiknya pihak perusahaan lebih meningkatkan penetapan harga dan kualitas produk agar Keputusan Pembeliannya pun makin meningkat.